

UNIVERSIDAD DEL SALVADOR

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN Y DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL

INSTITUTO DE INVESTIGACIÓN EN COMUNICACIÓN SOCIAL

Proyecto de investigación:

***Análisis comparativo de usabilidad de dos plataformas para
gestionar la comunicación y estrategia de organizaciones y
empresas en redes sociales.***

Equipo:

Coordinador: Francisco Hernando Arri

Investigadora Principal: Gabriela Yamila Gómez

Practicantes alumnos:

Sebastián Chiappetta
Marcela Conosciuto
Matías Emanuel Difabio
Marina Paula Gómez
Romina Holeña Jauregui
Federico Andres Leone
Leandro Miranda
Analía Nuñez
Romina Olivieri
Martín Santagati
Luis Antonio Baldwin Duthurburu
Fiorella Chirichigno Mendez
Luciana Reátegui
Daniel Alexander Chiroque Cruz
Diego Alonso Acosta Alfaro
Daniela Cecilia Moscoso Peña

Agosto – Diciembre 2012

Índice

Introducción.....	pág. 3
Planteo del problema	pág. 3
Marco teórico	pág. 5
Metodología.....	pág. 6
Relevamiento y análisis de datos.....	pág. 7
Resultados	pág. 11
Conclusiones.....	pág. 14
Bibliografía.....	pág. 15
Anexo	pág. 16

Introducción

Las redes sociales han comenzado a ser parte no sólo de la vida cotidiana de las personas sino también de las empresas. Con cada vez mayor penetración en el mercado gracias a la telefonía celular y las computadoras portátiles, las personas acceden cada vez más a las redes sociales. Esto implica una nueva oportunidad y un nuevo desafío para las empresas y las instituciones. La oportunidad radica en constituirse como un nuevo espacio, en este caso virtual, donde poder contactar al consumidor actual o potencial, comunicándole novedades y favoreciendo el intercambio a través de consultas, participación, etc. Esto trae un desafío: lograr hacerlo de manera adecuada, eficaz y optimizando recursos.

Los community managers aportan soluciones para este desafío constituyéndose en expertos en la comunicación a través de redes sociales. Las plataformas diseñadas para su función cumplen también un rol no menor: permiten optimizar tiempos, evitar incongruencias comunicativas, agilizan las tareas y permiten una gestión eficaz. En este sentido Social Hint, primera plataforma para community management desarrollada en Argentina por la empresa Power Site.

La evaluación aquí realizada procura observar las potencialidades y mejoras necesarias para Social Hint, comparándola con su principal competidora (Hoot Suite). Los resultados hallados pueden sintetizarse en una perspectiva futura positiva a partir de las funcionalidades observadas, con sugerencias de mejoras que potenciarán la herramienta para community managers y empresas.

Planteamiento del problema

Desde hace ya algunos años, la comunicación telemática ha adquirido características particulares desde el desarrollo de la llamada web 2.0. Esto es: un diseño de Internet que permite la construcción colaborativa de mensajes, que pueden interactuar generando una comunidad virtual.

El insumo básico que mueve a Internet es, entonces, la información. Además, como característica básica puede señalarse que paulatinamente, todos aquellos

programas que se descargaban a la computadora comienzan a correr directamente desde las páginas web. De este modo, la web 2.0 se ha ido integrando en todo tipo de organizaciones (públicas o privadas), empresas y el propio gobierno. Particularmente notorio es el creciente uso de las redes sociales, que plantean una nueva forma de comunicación entre los usuarios y las organizaciones. Un sondeo publicado este año por la consultora D'Alessio-Irol y Certisur, afirman que el 90 por ciento de los usuarios encuestados se conectan a internet para acceder a redes sociales (Facebook, Twitter, etc.).

Por este tipo de penetración en los usuarios de internet, las marcas necesitan tener presencia en las redes sociales, ya que les permite otro tipo de relación, quizás más estrecha, con los consumidores o posibles consumidores. Las redes sociales permiten la personalización del mensaje, la comunicación instantánea y, por ende, la interacción con el usuario. Desde las redes sociales, organizaciones y empresas además refuerzan la reputación que tienen fuera de internet, e inclusive las usan como plataforma de lanzamiento de ciertos productos, desplazando a los medios tradicionales.

También las redes sociales son usadas para medir conductas, actitudes y patrones de consumo de sus potenciales clientes, además de poder cuantificar ciertos elementos de interacción con los receptores, tales como cantidad de “me gusta” en Facebook, retuiteos en Twitter o números de visita de ciertos contenidos.

No sorprende que cada vez más empresas estén interesadas en el marketing digital y que las compañías decidan incorporar dentro de sus planteles la figura del community manager, como aquel encargado que se encarga, precisamente, de gestionar la comunicación digital a través de las redes sociales, sobre todo teniendo en cuenta que muchos usuarios generalmente deciden interactuar con sus empresas por ese medio (quejas en perfiles de facebook y menciones en twitter, consultas de estado de cuenta, etc.).

Por eso es que cada vez se hace más necesario el uso de productos y programas de internet que ayuden a medir y a codificar todas estas interacciones, e inclusive gestionar y generar contenido específico para las redes sociales. De este modo, el objetivo de esta investigación es hacer un testeo comparativo de usabilidad y facilidad de trabajo en dos programas: Social Hint y Hoot Suite.

Social Hint, de acuerdo a la empresa Powersite que es su desarrolladora, es

“Una herramienta de gestión profesional especialmente diseñada para asistir para asistir a las empresas, agencias y community managers en la moderación de las conversaciones en las diferentes redes sociales.

Integra en una única línea de tiempo todos los perfiles sociales, permitiéndole realizar un seguimiento y una moderación en tiempo real.

Permite agrupar sus perfiles en proyectos individuales, aumentando el control y evitando errores en la moderación de las diferentes marcas de la empresa o clientes de la agencia.

Contiene característica avanzada de programación de acciones automáticas y a medida, simplificando la gestión manual.

Reconoce su actividad y la de sus contactos filtrando mensajes mediante el etiquetado automático.

La herramienta brinda estadísticas detalladas y reportes en tiempo real sobre toda la actividad, acciones y campañas lanzadas.

SocialHint permite gestionar equipos de community managers asignándole proyectos, prioridades y responsabilidades determinar tareas pendientes de moderación e identificar al responsable de cada respuesta y acción consecuente”.

Por su parte, Hoot Suite, una herramienta creada por Hoot Suite Inc. es una aplicación web y móvil que permite gestionar redes sociales por parte de usuarios y organizaciones.

El objetivo de esta investigación será comparar entre ambas plataformas a nivel de usabilidad y facilidad en el manejo de estos sistemas (a nivel de interfaz, manejo de datos, generación de gráficos y estadísticas). El resultado permitirá conocer e identificar fortalezas y debilidades a nivel de la gestión de contenidos y medición en redes sociales a través de esos programas y sus principales características de funcionalidad.

Marco teórico

Las redes sociales son mucho más que una simple tecnología. Constituyen un nuevo espacio social de interacción si bien ya no presencial sino virtual. Esta interacción puede realizarse entre personas pero también entre personas e instituciones, constituyéndose así en un nuevo lugar de presencia y comunicación para empresas y organizaciones diversas.

Esta interacción a través de las redes sociales funciona también, como ocurre en otros medios de comunicación, bajo “condiciones de filtro” (McQuail) que restringen el acceso a los mensajes a determinados usuarios por cuestiones socioeconómicas, culturales y preferencias personales. En este sentido, será prioritario para las empresas e instituciones administrar correctamente sus comunicaciones (mensajes e interacciones) en las redes sociales, puesto que deberán ser coherentes con su identidad de marca y su estrategia comunicacional. Según José Luis Orihuela, *“las redes sociales son los nuevos espacios virtuales en los que nos relacionamos y en los que construimos nuestra identidad, pero también funcionan a modo de sistema de filtro y de alerta en la medida en que permiten un ajuste del flujo de información que recibimos en función de nuestros intereses y de los intereses de aquellos en quienes confiamos.”* (Orihuela, 2008: 59) En este sentido, la comunicación de las empresas y organizaciones a través de las redes sociales debe ser planificada y llevada a cabo de forma profesional. Es aquí donde se hace presente la necesaria función del community manager.

Tal como señalan Túñez y José Sixto “Las redes sociales marcan un nuevo entorno y un nuevo soporte comunicativo con los ciudadanos y las organizaciones en un modelo de comunicación multidireccional (todos con todos), pero con el compromiso de interactuar, es decir, de ser un usuario proactivo en las comunidades virtuales en las que uno decida libremente estar. La red es global pero se teje con pequeñas redes en las que cada miembro decide a quien acepta en su grupo de interlocutores para interactuar con ellos”.

De este modo, el community manager cumplirá la función esencial de crear, sostener y difundir la imagen de la empresa o institución en ese nuevo espacio social virtual, administrando para esto diversas plataformas (Facebook, Twitter, etc.). No se trata de intercambios comerciales sino simbólicos: *“No solamente se consumen bienes culturales a través de la web, sino que también se construyen imágenes virtuales y se producen bienes culturales”* (Wortman, 2009: 11) El community manager, entonces, reviste una importancia fundamental en tanto experto en el manejo de la comunicación a través de redes sociales.

Considerando lo anterior, cualquier herramienta que colabore a mejorar la labor del community manager resultará beneficiosa no sólo para este experto sino para las comunicaciones de las organizaciones. Estas herramientas son tecnologías nacientes que aún están en etapa de desarrollo. Esta investigación propone la evaluación de una de

estas herramientas, la plataforma Social Hint, desarrollada en nuestro país recientemente, con el propósito de colaborar a su mejora e implementación futura.

Metodología

El viernes 14/9 se realizó una reunión entre el equipo de investigación y los responsables de Powersite, empresa desarrolladora de Social Hint (plataforma para community managment). En esta reunión expusieron las principales características de la plataforma, su funcionamiento y herramientas, y se establecieron los objetivos del testeo. A partir de esto se desarrolló el formulario de relevamiento de datos.

Para la evaluación de la plataforma Social Hint el conjunto de los auxiliares alumnos fue dividido en dos grupos de trabajo (A y B, con 8 integrantes cada uno) y se conformó un proyecto de servicio informativo de temáticas diversas, denominado Virtuania Clipu, con presencia en Twitter, Fanpage y Facebook. Cada alumno optó por una temática informativa (deportes, tecnología, espectáculos, curiosidades, marketing, etc.) sobre la cual publicar información, recibir y responder mensajes y comentarios.

Durante la primera etapa (15 días iniciales de testeo) el equipo A utilizó las diversas herramientas de la plataforma, mientras que el segundo equipo (B) facilitó la interacción simulando ser usuarios de redes sociales, enviando consultas y comentarios a Virtuania Clipu. Luego se invirtieron los roles durante otros quince días, donde el grupo B realizó el testeo y los miembros del grupo A operaron como usuarios de las redes sociales. Cada alumno contó con su propio usuario y sus actividades, registradas en la plataforma, fueron observadas por los investigadores principales, quienes también se interiorizaron sobre el funcionamiento de Social Hint.

Luego de este primer mes de testeo de Social Hint, los alumnos probaron individualmente la plataforma Hoot Suite, de acceso gratuito. Este testeo fue individual dado que Hoot Suite no admite el trabajo conjunto en torno a un proyecto. Debido a que la versión de acceso libre de HootSuite es limitada, no pudieron testearse los mismos aspectos ni funcionalidades que para Social Hint.

Relevamiento y análisis de los datos

El formulario de relevamiento de datos traduce las dimensiones e indicadores seleccionados para la evaluación de la plataforma Social Hint. Las seis dimensiones evaluadas fueron: 1) aplicación, 2) moderación, 3) equipos, 4) CRM, 5) Reportes y 6) Aspectos generales. En cada dimensión se establecieron indicadores a ser evaluados mediante la prueba de diferencial semántico de Osgood estableciendo adjetivos bipolares tales como lento/rápido, inadecuado/adeecuado, difícil/fácil, con 5 valores intermedios (1 representando el adjetivo de menor valoración y 5 representando el adjetivo de mayor valoración). Los indicadores y adjetivos descriptores para cada dimensión fueron los siguientes:

1. Aplicación

1.1.Velocidad de aplicación: al navegar, vincular, responder, crear proyectos.

Descriptores: lenta/rápida

1.2.Diseño: interface de la herramienta, botones, colores, textos

Descriptores 1: anticuado/moderno

Descriptores 2: inadecuado/adeecuado

1.3.Usabilidad: facilidad para entender y hacer, y encontrar lo que se busca.

Descriptores: difícil/fácil

2. Moderación

2.1.Organización y agrupación de la información: navegación, visualización,agrupación, lectura de mensajes

Descriptores 1: difícil/fácil

Descriptores 2: innecesario/necesario

2.2.Facilidad de publicación de mensajes (fotos, links, acortador de URL, geolocalización):opciones habilitadas, posteo múltiple, seguridad a publicar mensajes en cuentas correctas.

Descriptores: difícil/fácil

2.3.Facilidad de programación de mensajes: opciones, visualización de mensajes programados, edición.

Descriptores: difícil/fácil

2.4.Posibilidad de hacer búsquedas sobre los mensajes descargados

Descriptores 1: difícil/fácil

Descriptores 2: innecesario/necesario

2.5. Historial y backup de mensajes: poder consultar el historial de mensajes, descargarlos.

Descriptores 1: difícil/fácil

Descriptores 2: innecesario/necesario

2.6. Etiquetado de mensajes estilo Gmail: practicidad de etiquetar y auto-etiquetar, ayuda que da a la moderación.

Descriptores 1: difícil/fácil

Descriptores 2: innecesario/necesario

3. Equipos

3.1. Manejo de equipos de moderación: comodidad y coordinación para que varios usuarios moderen.

Descriptores: difícil/fácil

3.2. Asignación de mensajes y contactos: facilidad de asignar mensajes a miembros del equipo y ver quien está a cargo de cada contacto o estableció alguna comunicación.

Descriptores: difícil/fácil

3.3. Comentarios internos en mensajes: facilidad de ver y asignar los mensajes

Descriptores: difícil/fácil

3.4. Historial / logs de uso por usuario: utilidad de tener un historial de cada acción realizada en la plataforma por usuario permitiendo un seguimiento de cada uno, poder evaluar el desempeño, o ver quien comete errores.

Descriptores 1: difícil/fácil

Descriptores 2: innecesario/necesario

4. CRM

4.1. Datos del contacto: ficha de contacto, utilidad a la hora de responder mensajes y entender con quien se está hablando.

Descriptores 1: difícil/fácil

Descriptores 2: innecesario/necesario

4.2. Influencia de los contactos: poder evaluar el nivel de influencia de un usuario y con quienes está relacionado.

Descriptores: innecesario/necesario

4.3.Historial del contacto: tener accesible toda la información de interacción con cada contacto.

Descriptores 1: difícil/fácil

Descriptores 2: innecesario/necesario

4.4.Reportes:estadísticas de cada contacto.

Descriptores 1: difícil/fácil

Descriptores 2: innecesario/necesario

5. Reportes

5.1.Historial:poder visualizar reportes filtrando por un rango de fechas.

Descriptores 1: difícil/fácil

Descriptores 2: innecesario/necesario

5.2.Tipos de reportes: posibilidad de creación de categorías y hojas de reportes, también de los tipos de gráficos que se pueden generar.

Descriptores 1: difícil/fácil

Descriptores 2: innecesario/necesario

5.3.Impacto gráfico de los reportes: facilidad de lectura.

Descriptores: malo/bueno

5.4.Customización: posibilidad de generar reportes a medida, seleccionando los datos que queremos ver y el tipo de gráfico a visualizar.

Descriptores 1: difícil/fácil

Descriptores 2: innecesario/necesario

Descriptores 3: lento/rápido

5.5.Drill Down de la información: poder profundizar cada gráfico y ver que contactos/mensajes están incluidos en cada opción del reporte.

Descriptores 1: difícil/fácil

Descriptores 2: innecesario/necesario

5.6.Exportación: funcionalidad de exportar / imprimir cada reporte, ficha de reporte, y listado de contactos/mensajes.

Descriptores: difícil/fácil

5.7.Reportes en tiempo real: frecuencia de actualización de las estadísticas mediante la herramienta descarga nueva información.

Descriptores: innecesario/necesario

6. Generales

6.1.Community Managers: qué tan útil y fácil es esta herramienta para community managers particulares.

Descriptores 1: innecesario/necesario

Descriptores 2: difícil/fácil

6.2.Emresas: qué tan útil y fácil es esta herramienta para empresas que manejan la comunicación de su marca o de varias marcas (agencias)

Descriptores 1: innecesario/necesario

Descriptores 2: difícil/fácil

6.3.Herramienta: conceptos generales de la herramienta.

Descriptores 1: innecesario/necesario

Descriptores 2: incompleta/completa

Descriptores 3: mala/buena

Descriptores 4: insegura/segura

A continuación se presentan los resultados obtenidos en cada indicador, dimensión e índice general de la evaluación de Social Hint. Debe recordarse que el puntaje mínimo en los índices es de 1 punto y el máximo de 5.

Resultados de la evaluación de Social Hint.

Evaluación global de Social Hint:

- Siendo el límite mínimo de la suma de indicadores de 46 puntos y el máximo de 230, se establecieron tres categorías de evaluación con puntaje de corte (76,66): positiva, regular y negativa.
- Un 43,8% de los testers realizaron una evaluación global regular de Social Hint, mientras que el 56,3% realizó una evaluación positiva de la plataforma. No se encontraron evaluaciones negativas globales.
- El índice global de Social Hint fue de 3,42 denotando una evaluación positiva global.

Evaluación de la aplicación:

- El índice obtenido en relación a la aplicación es de 2,90, constituyéndose en el aspecto de menor valoración.
- La velocidad de aplicación obtuvo 3,31 puntos, indicando un nivel intermedio entre rapidez y lentitud.
- El diseño fue evaluado con 2,94 puntos en cuanto a su nivel de modernidad y con 2,81 puntos en relación a su adecuación.
- El índice de usabilidad es de 2,56 puntos.

Evaluación de la moderación:

- La moderación a través de Social Hint obtuvo un puntaje de 3,31.
- La organización y agrupación de la información fue evaluada con 2,63 puntos en relación a su facilidad y con 3,56 puntos en relación a su necesidad.
- La facilidad para publicar mensajes fue evaluada con 3,31 puntos.
- La facilidad para programar mensajes obtuvo 3,38 puntos.
- La posibilidad de hacer búsquedas sobre los mensajes descargados obtuvo 2,56 puntos en cuanto a su facilidad y 3,50 puntos en cuanto a su necesidad.
- El historial y backup de mensajes obtuvo 2,81 puntos en cuanto a su facilidad y 3,94 en relación a su necesidad.

- El etiquetado de mensajes fue evaluado con 3,38 puntos en cuanto a su facilidad y con 4,06 puntos respecto de su necesidad.

Evaluación del trabajo en equipos:

- El índice general de la evaluación del trabajo en equipos fue de 3,23
- En relación a su facilidad de uso, el manejo de equipos de moderación obtuvo 3,37 puntos.
- La asignación de mensajes y contactos obtuvo 3,25 puntos en cuanto a su facilidad.
- La facilidad para ver y asignar comentarios internos en mensajes fue evaluada con 2,44 puntos.
- El historial de uso por parte del usuario fue evaluado con 3,13 puntos en relación a su facilidad y con 4,06 puntos en relación a su necesidad.

Evaluación de gestión de relaciones con el cliente (CRM):

- El puntaje general de la evaluación de CRM fue de 3,66.
- En relación a los datos de contacto, su manejo fue evaluado con 3,25 en relación a su facilidad, mientras que fue evaluado con 4,19 puntos en relación a su necesidad.
- La necesidad de poder evaluar la influencia de los contactos obtuvo 4 puntos.
- El historial de contactos obtuvo 3 puntos en cuanto a su facilidad y 3,94 puntos en relación a su necesidad.
- Los reportes estadísticos de los contactos fueron evaluados con 3,19 puntos en relación a su facilidad y con 4,06 puntos en relación a su necesidad.

Evaluación de los reportes:

- El índice general de la evaluación de los reportes fue de 3,53 puntos.
- La facilidad para visualizar el historial fue evaluada con 3,37 puntos mientras que su necesidad obtuvo 3,81 puntos.

- La elaboración de distintos tipos de reportes obtuvo 3 puntos en cuanto a su facilidad, mientras que obtuvo 4 puntos en cuanto a su necesidad.
- El impacto gráfico de los reportes obtuvo una valoración de 3,50 puntos.
- La posibilidad de generar reportes a medida fue evaluada con 3,13 puntos en relación a su facilidad, 4,31 puntos en relación a su necesidad y 2,88 puntos en cuanto a su rapidez.
- El drill down de la información obtuvo 2,81 puntos en cuanto a su facilidad y 3,94 puntos en cuanto a su necesidad.
- La exportación de reportes fue evaluada con 3,69 puntos en cuanto a su facilidad.
- La frecuencia de actualización de los reportes fue evaluada con 4 puntos en cuanto a su necesidad.

Evaluación de aspectos generales:

- Los aspectos generales obtuvieron un puntaje global de 3,54 puntos.
- En cuanto a la evaluación de la herramienta para community managers, obtuvo 4,25 en cuanto a su necesidad y 2,94 en cuanto a su facilidad de uso.
- En la evaluación de la utilidad de Social Hint para las empresas, el puntaje fue de 4,44 en cuanto a su necesidad y de 2,81 en cuando a su facilidad de uso.
- La evaluación general que realizaron los testers de la herramienta indicó un puntaje de 4,38 puntos en relación a su necesidad, 3 puntos en cuanto a si es completa o no, 3,13 puntos de valoración positiva y 3,44 puntos en cuanto a su seguridad.

Comentarios generales:

Los alumnos auxiliares de la investigación tuvieron la opción de realizar comentarios abiertos al final de la planilla de relevamiento de datos. A continuación se presenta una síntesis de dichos comentarios, clasificados en errores, sugerencias y valoraciones:

Errores detectados:

- La plataforma no detectaba links incluidos en el posteo de mensajes.
- La plataforma no posteaba imágenes, sólo texto.
- Al enviarse un posteo daba mensaje de error pero de todas formas se posteaba lo enviado a pesar de esa indicación de error.
- Se detectaron errores en la programación de mensajes: salieron en otros horarios o no salieron.
- No se pueden enviar dos respuestas a un mismo mensaje de un usuario (por ejemplo, una primera respuesta y otra que amplíe o complementa la anterior).
- Se detectó error en la búsqueda de historial, no borrándose la búsqueda inicial luego de concluida.

Sugerencias:

- Mejorar la practicidad para buscar información y ver historial de mensajes recibidos y enviados.
- Debe facilitarse aún más el seguimiento de posteos y la búsqueda de mensajes.
- Sería ideal contar con una notificación al usuario cuando un mensaje le es asignado.
- Su carácter intuitivo puede ser mejorado aún más.
- La modificación de programación de mensajes debe hacerse para cada red social por separado, sería conveniente que pueda hacerse de manera global cuando es un mismo mensaje a publicar en distintas plataformas
- En la programación de mensajes, bloquear fechas anteriores ya que puede inducir a error.
- Incluir sección de preguntas frecuentes e ícono de ayuda en acciones más difíciles.
- Incorporar posibilidad de realizar encuestas administrándolas desde la plataforma.

Valoraciones:

- Se percibe como una plataforma segura.
- El diseño e imagen son adecuados y estéticos.
- Permite un buen trabajo en equipo.

- Es una herramienta útil para el mercado, se perciben con claridad sus beneficios para el manejo de redes sociales.

Comparación con Hoot Suite

Los resultados del testeo de Social Hint pueden observarse en el Cuadro 1. En el Cuadro 2 se presentan comparativamente los resultados de la evaluación de Hoot Suite. Las variables contempladas son menores debido a que el testeo pudo realizarse de forma individual (sin trabajo en equipo en el marco de un proyecto), con la versión de acceso libre de Hoot Suite, cuyas funcionalidades son limitadas.

Los comentarios indicados por los testers en relación a Hoot Suite indican que en esta plataforma resulta más amigable e intuitivo el control de mensajes, lo que puede verse reflejado en los puntajes obtenidos (ver Cuadro 2). Por otra parte, se indicó la limitación de acciones que permitía Hoot Suite así como la dificultad para trabajar en equipos y elaborar reportes.

Conclusiones finales

El análisis realizado revela que Social Hint tiene el potencial de una herramienta útil para el mercado, tanto empresarial como de community managers. La misma contempla variadas funcionalidades que la hacen atractiva y resulta de aprendizaje rápido, pero se sugiere la introducción de mejoras en relación a su facilidad para realizar diversas acciones como seguimiento de mensajes, archivo y búsqueda de los mismos.

Se destaca además un diseño adecuado, la facilidad general para el trabajo en equipo y la percepción de seguridad que tiene el usuario.

El sostenimiento de estas ventajas y la mejora de los aspectos sugeridos podrían dar a Social Hint una ventaja competitiva en el mercado de las plataformas para manejo de redes sociales.-

Bibliografía

- Castelló, Araceli; *Estrategias empresariales en la Web 2.0. Las redes sociales online*, Madrid, Editorial Club Universitario, 2010
- Celaya, J.; *La estrategia empresarial en la Web 2.0*, Madrid, Gestión 2000, 2008.
- Gaitán Moya, Juan y Piñuel Raigada, José L. *Técnicas de investigación en comunicación social. Elaboración y registro de datos*, Madrid, Síntesis, 1998
- D'Alessio-Irol, "Seguridad en Internet: la visión de los usuarios. Estado de situación 2012". Disponible en <http://www.certisur.com/sites/default/files/docs/201205-EncuestaSeguridadInternet.pdf> Consultado el 2 de septiembre de 2012.
- MCQUAIL, Denis. *Introducción a la teoría de la comunicación de masas*. Paidós, Barcelona, 1983.
- Orihuela, José Luis; *Nueva Revista* Nro. 119, octubre 2008.
- Uribe Saavedra, Felipe; "Uso de redes sociales como herramienta del marketing", Trabajo de Investigación, Doctorado en Creación, Estrategia y Gestión de Empresas, Universidad Autónoma de Barcelona, septiembre 2010. Disponible en <http://idem.uab.es/treballs%20recerca/felipe%20uribe.pdf> Consultado el 2 de septiembre de 2012.
- Vilchez, Lorenzo (coord.); *La investigación en comunicación. Métodos y técnicas en la era digital*, Barcelona, Gedisa, 2011.
- Wortman, Ana; "¿De qué estamos hablando cuando hablamos de globalización? (segunda parte)". En *Globalización, consumos e identidades en América Latina* CAICYT CONICET, Area Ciencias Sociales, 2009.

Anexo

Cuadro 1: índices obtenidos en el testeo de Social Hint.

Investigación FCECS USAL - 2012

Dimensión/indicadores	Puntaje
Evaluación global de Social Hint (todos los indicadores)	3,42
Evaluación global de la aplicación	2,90
Rapidez de velocidad de la aplicación	3,31
Modernidad del diseño	2,94
Adecuación del diseño	2,81
Facilidad de usabilidad	2,56
Evaluación de la moderación	3,31
Facilidad de organización y agrupación de la información	2,63
Necesidad de organización y agrupación de la información	3,56
Facilidad de publicación de mensajes	3,31
Facilidad de programación de mensajes	3,38
Facilidad para hacer búsquedas sobre los mensajes descargados	2,56
Necesidad de hacer búsquedas sobre los mensajes descargados	3,50
Facilidad para consultar y descargar historial de mensajes	2,81
Necesidad de consultar y descargar historial de mensajes	3,94
Facilidad del etiquetado de mensajes	3,38
Necesidad del etiquetado de mensajes	4,06
Evaluación del trabajo en equipos	3,25
Facilidad del manejo de equipos de moderación	3,37
Facilidad de asignación de mensajes y contactos	3,25
Facilidad para ver y asignar comentarios internos en mensajes	2,44
Facilidad de manejo de historial/logs de uso por usuario	3,13
Necesidad del historial/logs de uso por usuario	4,06
Evaluación de gestión de relaciones con clientes	3,66
Facilidad de manejo de datos del contacto	3,25
Necesidad de datos del contacto	4,19
Necesidad de evaluar Influencia de los contactos	4,00
Facilidad de acceso a historial del contacto	3,00
Necesidad de acceso al historial del contacto	3,94
Facilidad de estadísticas de cada contacto	3,19
Necesidad de reportes de estadísticas de cada contacto	4,06
Evaluación de reportes	3,53
Facilidad para visualizar historial/reportes	3,37
Necesidad de visualizar historial/reportes	3,81
Facilidad de uso de distintos tipos de reportes	3,00
Necesidad de uso de distintos tipos de reportes	4,00
Valoración del impacto gráfico de los reportes	3,50
Facilidad para customizar reportes	3,13
Necesidad de customizar reportes	4,31
Rapidez para customizar reportes	2,88
Facilidad para realizar drill down de la información	2,81
Necesidad de realizar drill down de la información	3,94
Facilidad para exportar reportes	3,69
Necesidad de realizar reportes en tiempo real	4,00
Evaluación de aspectos generales	3,54
Necesidad de la herramienta para community managers	4,25
Facilidad de la herramienta para community managers	2,94
Necesidad de la herramienta para empresas	4,44
Facilidad de la herramienta para empresas	2,81
Necesidad general de la herramienta	4,38
Evaluación sobre si la herramienta es completa	3,00
Valoración de la herramienta	3,13
Seguridad de la herramienta	3,44

Cuadro 2: comparación de índices entre Social Hint y Hoot Suite.
Investigación FCECS USAL - 2012

Dimensión / Indicadores	Social Hint	Hoot Suite
Rapidez de velocidad de la aplicación	3,31	3,86
Modernidad del diseño	2,94	4,21
Adecuación del diseño	2,81	4,29
Facilidad de usabilidad	2,56	3,86
Facilidad de organización y agrupación de la información	2,63	4,00
Facilidad de publicación de mensajes	3,31	4,07
Facilidad de programación de mensajes	3,38	3,57
Facilidad para visualizar historial/reportes	3,37	3,57
Facilidad de uso de distintos tipos de reportes	3,00	3,00
Valoración del impacto gráfico de los reportes	3,50	3,64
Facilidad para customizar reportes	3,13	2,93
Rapidez para customizar reportes	2,88	3,00
Facilidad para exportar reportes	3,69	3,07
Facilidad de la herramienta para community managers	2,94	3,79
Facilidad de la herramienta para empresas	2,81	3,36
Evaluación sobre si la herramienta es completa	3,00	3,79
Valoración de la herramienta	3,13	4,07
Seguridad de la herramienta	3,44	4,00

FORMULARIO DE RELEVAMIENTO DE DATOS

EVALUACIÓN PLATAFORMA “SOCIAL HINT”

1. Aplicación

1.1.Velocidad de aplicación: al navegar, vincular, responder, crear proyectos.

Lenta	1	2	3	4	5	Rápida
-------	---	---	---	---	---	--------

1.2.Diseño: interface de la herramienta, botones, colores, textos

Anticuada	1	2	3	4	5	Moderno
-----------	---	---	---	---	---	---------

Inadecuado	1	2	3	4	5	Adecuado
------------	---	---	---	---	---	----------

1.3.Usabilidad: facilidad para entender y hacer, y encontrar lo que se busca.

Difícil	1	2	3	4	5	Fácil
---------	---	---	---	---	---	-------

2. Moderación

2.1.Organización y agrupación de la información: navegación, visualización,agrupación, lectura de mensajes

Difícil	1	2	3	4	5	Fácil
---------	---	---	---	---	---	-------

Innecesario	1	2	3	4	5	Necesario
-------------	---	---	---	---	---	-----------

2.2.Facilidad de publicación de mensajes (fotos, links, acortador de URL, geolocalización):opciones habilitadas, posteo múltiple, seguridad a publicar mensajes en cuentas correctas.

Difícil	1	2	3	4	5	Fácil
---------	---	---	---	---	---	-------

2.3.Facilidad de programación de mensajes: opciones, visualización de mensajes programados, edición.

Difícil	1	2	3	4	5	Fácil
---------	---	---	---	---	---	-------

2.4.Posibilidad de hacer búsquedas sobre los mensajes descargados

Difícil	1	2	3	4	5	Fácil
---------	---	---	---	---	---	-------

Innecesario	1	2	3	4	5	Necesario
-------------	---	---	---	---	---	-----------

2.5.Historial y backup de mensajes: poder consultar el historial de mensajes, descargarlos.

Difícil	1	2	3	4	5	Fácil
---------	---	---	---	---	---	-------

Innecesario	1	2	3	4	5	Necesario
-------------	---	---	---	---	---	-----------

2.6.Etiquetado de mensajes estilo Gmail: practicidad de etiquetar y auto-etiquetar, ayuda que da a la moderación.

Difícil	1	2	3	4	5	Fácil
---------	---	---	---	---	---	-------

Innecesario	1	2	3	4	5	Necesario
-------------	---	---	---	---	---	-----------

3. Equipos

3.1. Manejo de equipos de moderación: comodidad y coordinación para que varios usuarios moderen.

Difícil	1	2	3	4	5	Fácil
---------	---	---	---	---	---	-------

3.2. Asignación de mensajes y contactos: facilidad de asignar mensajes a miembros del equipo y ver quien esta a cargo de cada contacto o estableció alguna comunicación.

Difícil	1	2	3	4	5	Fácil
---------	---	---	---	---	---	-------

3.3. Comentarios internos en mensajes: facilidad de ver y asignar los mensajes

Difícil	1	2	3	4	5	Fácil
---------	---	---	---	---	---	-------

3.4. Historial / logs de uso por usuario: utilidad de tener un historial de cada acción realizada en la plataforma por usuario permitiendo un seguimiento de cada uno, poder evaluar el desempeño, o ver quien comete errores.

Difícil	1	2	3	4	5	Fácil
Innecesario	1	2	3	4	5	Necesario

4. CRM

4.1. Datos del contacto: ficha de contacto, utilidad a la hora de responder mensajes y entender con quien se esta hablando.

Difícil	1	2	3	4	5	Fácil
Innecesario	1	2	3	4	5	Necesario

4.2. Influencia de los contactos: poder evaluar el nivel de influencia de un usuario y con quienes esta realacionado.

Innecesario	1	2	3	4	5	Necesario
-------------	---	---	---	---	---	-----------

4.3. Historial del contacto: tener accesible toda la información de interacción con cada contacto.

Difícil	1	2	3	4	5	Fácil
Innecesario	1	2	3	4	5	Necesario

4.4. Reportes: estadísticas de cada contacto.

Difícil	1	2	3	4	5	Fácil
Innecesario	1	2	3	4	5	Necesario

5. Reportes

5.1. Historial: poder visualizar reportes filtrando por un rango de fechas.

Difícil	1	2	3	4	5	Fácil
Innecesario	1	2	3	4	5	Necesario

5.2. Tipos de reportes: posibilidad de creación de categorías y hojas de reportes, también de los tipos de gráficos que se pueden generar.

Difícil	1	2	3	4	5	Fácil
Innecesario	1	2	3	4	5	Necesario

5.3. Impacto gráfico de los reportes: facilidad de lectura.

Malo	1	2	3	4	5	Bueno
------	---	---	---	---	---	-------

5.4. Customización: posibilidad de generar reportes a medida, seleccionando los datos que queremos ver y el tipo de gráfico a visualizar.

Difícil	1	2	3	4	5	Fácil
Innecesario	1	2	3	4	5	Necesario
Lento	1	2	3	4	5	Rápido

5.5. Drill Down de la información: poder profundizar cada gráfico y ver que contactos/mensajes están incluidos en cada opción del reporte.

Difícil	1	2	3	4	5	Fácil
Innecesario	1	2	3	4	5	Necesario

5.6. Exportación: funcionalidad de exportar / imprimir cada reporte, ficha de reporte, y listado de contactos/mensajes.

Difícil	1	2	3	4	5	Fácil
---------	---	---	---	---	---	-------

5.7. Reportes en tiempo real: frecuencia de actualización de las estadísticas mediante la herramienta descarga nueva información.

Innecesario	1	2	3	4	5	Necesario
-------------	---	---	---	---	---	-----------

6. Generales

6.1. Community Managers: qué tan útil y fácil es esta herramienta para community managers particulares.

Innecesario	1	2	3	4	5	Necesario
Difícil	1	2	3	4	5	Fácil

6.2. Empresas: qué tan útil y fácil es esta herramienta para empresas que manejan la comunicación de su marca o de varias marcas (agencias)

Innecesario	1	2	3	4	5	Necesario
Difícil	1	2	3	4	5	Fácil

6.3. Herramienta: conceptos generales de la herramienta.

Innecesario	1	2	3	4	5	Necesario
Incompleta	1	2	3	4	5	Completa
Mala	1	2	3	4	5	Buena
Insegura	1	2	3	4	5	Segura

Comentarios: